

# Políticas locales de turismo en ciudades históricas españolas. Génesis, evolución y situación actual<sup>1</sup>

**Manuel de la Calle Vaquero\***

**María García Hernández\*\***

Universidad Complutense de Madrid (España)

**Resumen:** Las ciudades históricas españolas cuentan con una larga trayectoria turística. Sin embargo, durante la mayor parte del siglo XX el turismo no ha sido un tema relevante dentro de la agenda política local. Este desinterés contrasta con la temprana acción de los Sindicatos de Iniciativas Turísticas e incluso de las delegaciones de la administración turística del Estado. La situación cambia en la década de los noventa del siglo XX, cuando se conforma una política turística local muy potente. Desde entonces, las ciudades cuentan con entidades de gestión turística de complejidad creciente; se han dotado de planes y programas de amplio espectro; y desarrollan múltiples acciones de política turística, desde la promoción hasta la atención del visitante en destino. La recesión y, sobre todo, el ajuste fiscal acometido desde 2010 han incidido de forma negativa sobre esta política. La contracción de entidades, planes y actuaciones puede llevar a una situación de cierta irrelevancia frente a otras políticas locales que también inciden sobre el funcionamiento turístico de estas ciudades.

**Palabras Clave:** Ciudades históricas; Política turística; Entidades de gestión; Planes y programas; Desarrollo turístico.

## **Local tourism policies in Spanish historic cities. Origins, evolution and current situation.**

**Abstract:** The historic cities in Spain have a long tourist path. However, during most of the twentieth century tourism has not been a relevant issue on the local agenda. This lack of interest from the municipal government contrasts with the early action of the “Unions Tourism Initiatives” and even initiatives of the tourist administration of the State. The situation changed in the nineties of the twentieth century when a powerful tourism policy is set. Since then, cities have tourism management bodies of increasing complexity. They have developed tourism plans and a broad set of actions of tourism policy. The economic crisis and, above all, the fiscal adjustment undertaken since 2010 have impacted negatively on this policy. The reduction of organizations, plans and actions can lead to a situation of some irrelevance compared to other local policies that also affect the tourist dynamics of these cities.

**Keywords:** Historic cities; Tourism Policy; Management Organizations; Tourism Plans and Programs; Tourism Development.

## **1. Presentación y marco general.**

Las ciudades históricas son uno de los destinos turísticos más antiguos de España. Granada, Córdoba o Toledo empiezan a recibir visitantes en el marco del Romanticismo y son ciudades reiteradamente citadas en libros de viaje y guías turísticas del siglo XIX. En función de su estrecha asociación con el patrimonio histórico son objeto de atención preferente en las primeras etapas de la política turística

\* Profesor Contratado Doctor (acreditado Profesor Titular de Universidad) en el Departamento de Geografía Humana de la Universidad Complutense de Madrid. Miembro del Grupo de Investigación “Turismo, Patrimonio y Desarrollo”; E-mail: [mcallea@ucm.es](mailto:mcallea@ucm.es)

\*\* Profesora Titular de Universidad, Departamento de Geografía Humana, Universidad Complutense de Madrid. Grupo de Investigación “Turismo, Patrimonio y Desarrollo”; E-mail: [mgarciah@ucm.es](mailto:mgarciah@ucm.es)

nacional e incluso son destinos populares durante la eclosión del turismo de masas vinculado a las playas del Mediterráneo. No obstante, el turismo nunca fue un tema relevante en la agenda política local. Los turistas llegaban y afectaban la vida de la ciudad, pero el turismo no formaba parte de las preocupaciones del gobierno local en su doble dimensión política y técnica. Esta situación cambia radicalmente en los años noventa del siglo XX, cuando se conforma una política turística de ámbito local cuyos rasgos centrales persisten hasta la actualidad. Este artículo se centra en el nacimiento y desarrollo de esta política, identifica sus instrumentos y contenidos más importantes, y apunta los cambios que se están gestando en la actualidad.

Primeramente se impone acotar conceptualmente los dos referentes que están en la base del artículo: ciudades históricas y política turística. Entendemos por ciudades históricas aquellas ciudades donde el patrimonio cultural constituye el núcleo de su identidad urbana. El paisaje histórico urbano aparece como referencia inmediata en el imaginario colectivo, ya sea en forma de grandes nodos monumentales, sectores urbanos y/o manifestaciones del legado inmaterial. Esta definición engloba a un conjunto muy amplio de localidades, con características bastante distintas en términos demográficos, económicos... pero en todo caso se trata de ciudades medias con una larga trayectoria cuyo núcleo preindustrial sigue siendo el principal referente de la aglomeración urbana. Las ciudades españolas Patrimonio de la Humanidad ejemplifican bien este tipo urbano, sin embargo ni siquiera entre las asociaciones del ámbito (GCPHE y OCPM) existe consenso en la identificación de sus posibles miembros. En cuanto a la política turística, entendemos que se trata del conjunto de instrumentos y actuaciones operado por el área de turismo de la administración municipal a efectos de alcanzar un mayor nivel de desarrollo turístico en este tipo de destinos. Este desarrollo se considera en sentido amplio, atendiendo tanto a la mejora competitiva como al propio control de la actividad en clave de sostenibilidad. Se trata por lo tanto de una definición limitada de política turística, ya que queda restringida a la actuación de determinados departamentos del gobierno local. Más allá de estas consideraciones generales, la propia delimitación de la política turística es bastante circunstancial, un campo de juego cuyos límites se encuentran sometidos a notables vaivenes.

Las ciudades históricas españolas empiezan a elaborar una política turística propia a lo largo de los años noventa, en un periodo que coincide con su redescubrimiento como destinos turísticos y su tratamiento como un objeto específico de investigación. Los primeros trabajos se elaboran dentro de los parámetros de una geografía urbana centrada en los cascos históricos y con orientación de aplicabilidad vía planeamiento urbanístico. En este marco se sitúan las contribuciones iniciales de Troitiño (1995 y 1998), Campesino (1999), Zárate (1995) y otros autores, que reconocen el turismo como un vector clave en los cambios que afectan a los cascos históricos. Con posterioridad aparecen las primeras monografías de carácter general, artículos sobre temáticas más específicas (capacidad de carga, imágenes turísticas y culturales, impactos ambientales, etc.) y trabajos centrados sobre casos relevantes (Aranjuez, Ávila, Granada, Toledo). A nivel general, en estos años se incrementa de forma sustancial la producción científica en esta materia, con una notable apertura temática y disciplinar. Hay aportaciones de orden general, en unas ocasiones centradas en casos específicos (Troitiño *et al.* 1998; Martos, 2012; Rengifo *et al.*, 2015) y en otras con referencia a la etiqueta de Patrimonio de la Humanidad (Almeida, 2007; Mondéjar *et al.*, 2010). De forma más específica, se ha profundizado en temáticas como la construcción de las imágenes urbanas y su incidencia en términos turísticos (García, 2007; Andrés, 2015); las imágenes turísticas en relación a diferentes atributos y mercados (Galí y Donaire, 2006; López y Pazos, 2009; Martínez *et al.*, 2013); la caracterización y segmentación de visitantes (Molina *et al.*, 2007; Cordente *et al.*, 2011); el significado turístico de los grandes referentes de la ciudad (Manero, 2011; Santos y Pena, 2014); las relaciones entre paisaje urbano y turismo (Zárate, 2012); el impacto económico de los grandes eventos (Herrero *et al.*, 2004); el uso que hacen los visitantes de la ciudad (Donaire y Galí, 2008); o líneas específicas de producto como el turismo idiomático (Pardo, 2011) y el gastronómico (López-Guzmán y Sánchez, 2012).

En este marco, se aprecia un creciente interés por abordar cuestiones relacionadas con las políticas turísticas locales. Se encuentran referencias a estos temas en trabajos centrados en destinos de bastante relevancia, caso de Toledo (Zárate, 2007), Valladolid (Pastor, 2014) o las ciudades Patrimonio de la Humanidad de Castilla y León (Troitiño y Troitiño, 2009). Entre otros aspectos, se indaga sobre el significado de los planes de excelencia turística, se identifica alguna de las principales líneas de trabajo y se analizan los órganos de la administración turística municipal. Además de las monografías de ámbito local, existen estudios más temáticos que profundizan sobre algunas dimensiones de la política turística urbana. Así, se ha prestado especial atención a la proyección institucional de las imágenes turísticas, ya sea en términos de pervivencia del imaginario romántico (Galí, 2005); de la incidencia de la promoción

turística en la generación de espacios subjetivos (Escudero, 2013); o de marcas como Patrimonio Mundial (Ortega y Such, 2013). También se ha dado prioridad a la identificación de actores, sobre todo en orden a conformar nuevos modelos de gestión turística basada en la colaboración público-privada (Merinero y Zamora, 2009; Muñoz-Mazón y Velasco, 2015).

Si bien la calidad de estas aportaciones varía, no cabe duda de que la producción científica se ha ampliado, con un número creciente de trabajos que incorporan referencias a la política turística local. No obstante, falta por elaborar una síntesis global de dicha política, atendiendo a su génesis, evolución y situación actual. Este trabajo pretende cubrir dicha laguna. Nuestro interés por el tema es antiguo (Calle, 2004; García Hernández, 2004), tuvo especial protagonismo durante el periodo de ejecución del Observatorio Turístico del Grupo Español de Ciudades Patrimonio de la Humanidad (2005-2012). A partir de las experiencias previas en los observatorios de Ávila y Segovia, se incorporó un bloque sobre planificación y gestión turística organizado en tres apartados: 1. Infraestructuras de gestión turística (entidades locales de turismo); 2. Instrumentos de planificación y gestión (planes y programas); y 3. Actuaciones realizadas en destino. Su contenido se nutría con los materiales suministrados por las unidades de gestión turística local así como con datos obtenidos mediante entrevistas con los técnicos y políticos con responsabilidades en el ámbito del turismo. Una síntesis de esta información se encuentra en las presentaciones anuales del Observatorio y ha sido objeto de una elaboración más detallada en publicaciones previas (García Hernández, 2007; Calle, 2008; Troitño Torralba, 2014). Sobre esta base, este artículo amplía el ámbito de trabajo desde las Ciudades Patrimonio de la Humanidad al conjunto de las ciudades históricas y actualiza la información hasta el momento actual, con especial atención a los cambios acontecidos desde 2008. El texto adopta, pues, una perspectiva temporal: tras esta presentación general el segundo apartado narra los inicios de la política turística a nivel de las ciudades históricas, el tercero y el cuarto se centran en la eclosión de dicha política en el tránsito de siglo y el quinto plantea los cambios recientes, aportando una serie de reflexiones finales de carácter más interpretativo.

## **2. El lento proceso de gestación de la política turística local.**

Como se ha señalado anteriormente, las ciudades históricas españolas son destinos de una larga trayectoria turística. Córdoba, Granada y Toledo empiezan a ser visitadas durante el ciclo romántico y desde entonces han continuado recibiendo visitantes en magnitudes que actualmente pueden rondar entre 1,5 y 2,5 millones entre turistas y excursionistas. Durante todo este periodo la acción pública local ha ido ganando peso y complejidad, adoptándose una serie de decisiones en materia de urbanismo, patrimonio, tráfico... que han ido ayudando a conformar (o a deteriorar) el perfil turístico de cada ciudad, si bien apenas se consideraba su incidencia en materia de turismo. De otra parte, no existía una política turística municipal expresada en esos términos, aunque las corporaciones locales van adquiriendo progresivamente atribuciones en la materia (Melgosa, 2011). Por Real Orden de 27 de noviembre de 1858 se concede a los alcaldes la competencia sobre alojamiento y control de viajeros, atribución reiterada en 1909. Previamente, en el decreto de creación de la Comisión Nacional de Turismo (1905) se alude a la concertación con diputaciones y ayuntamientos para todo aquello que fuera necesario para “atraer y retener a los súbditos de otras naciones”. Y en la Ley Municipal de 31 de octubre de 1935 se establece que son competencias del municipio, entre otras, el “fomento del turismo, protección y defensa del paisaje, museos, monumentos artísticos e históricos, playas y balnearios”. La Ley de Régimen Local de 16 de diciembre de 1950 se expresa en términos parecidos.

Con independencia de las atribuciones reconocidas a los ayuntamientos, durante la mayor parte del siglo XX la acción municipal en materia de turismo es muy escasa, lo que contrasta con el papel desempeñado en muchas ciudades históricas por los sindicatos de iniciativas turísticas y la embrionaria administración turística del gobierno central. Los primeros, con diferentes denominaciones, se conforman según el modelo francés; se trata de asociaciones civiles conformadas por prohombres de la burguesía local para el fomento del turismo. Siguiendo el ejemplo de las entidades creadas en Málaga (1897) y Palma de Mallorca (1905), en 1908 se crea el Sindicato de Iniciativa de Toledo y en 1914 la Societat d'Atracció de Forasters i Turistes de Girona. En ese intervalo se organizan asociaciones similares en Tarragona (1910), Burgos (1912) y Salamanca (1913); con posterioridad se crearán en ciudades como Ávila, Cuenca, Logroño, Palencia, Valladolid, Jaén, Huesca, etc. La gama de actividades realizadas fue muy amplia (propaganda, información turística, celebración de eventos...)

y la falta de fondos crónica, por lo que ejercían una presión constante sobre los ayuntamientos para obtener apoyo financiero.

En paralelo, se asiste a una potente intervención desde el germen de la administración turística del Estado. Desde 1911, la Comisaría Regia de Turismo desarrolla una importante labor en la adecuación del patrimonio monumental y su promoción turística. En Toledo se asiste al montaje de la Casa del Greco (iniciativa previa del Marqués de la Vega-Inclán) y el acondicionamiento de la Sinagoga del Tránsito. En Valladolid se trabaja sobre la Casa de Cervantes. En Granada, se desarrollan acciones puntuales en la Alhambra y Generalife y la Casa de los Tiros. Además se sientan las bases de los paradores de turismo, que se materializan en la etapa del Patronato Nacional de Turismo con la apertura de establecimientos en Mérida y otros lugares. Al Patronato también se debe la puesta en marcha de oficinas de información turística en ciudades de fuerte proyección, como Burgos, Granada, Toledo y Girona, dependiente esta última de la Generalitat de Catalunya desde 1932.

Ya durante el periodo republicano, aparecen las Juntas Delegadas, administración periférica del Patronato con cierto protagonismo de elementos gremiales o locales (Moreno, 2005). Esta figura se mantiene durante el primer franquismo. En 1941 por Decreto del Ministerio de la Gobernación se crearon las Juntas Provinciales y Locales de Turismo, presididas respectivamente por gobernadores civiles y alcaldes y bajo tutela directa de la Dirección General de Turismo, entidad con atribuciones sobre las oficinas de información. Estas juntas se crearon en aquellos lugares donde no se encontraban activos sindicatos de iniciativa y turismo, después renombrados como centros de iniciativas turísticas. Con posterioridad, las juntas, que incorporaron representantes de las delegaciones provinciales del Ministerio de Información y Turismo desde 1953, se extendieron al conjunto del país. En congruencia con los postulados del régimen franquista, juntas y sindicatos “fueron convertidos, de hecho, en órganos ejecutores de la política ministerial” (Velasco, 2004, p. 137). Con matices, esta idea de supeditación se mantiene hasta el cambio de régimen e incluso se produce un trasvase de atribuciones desde las corporaciones hacia la administración periférica estatal.

La Constitución de 1978 marca un cambio radical en la administración turística, con reparto de responsabilidades entre el gobierno central y las comunidades autónomas. La supeditación deja paso a la autonomía, también de las corporaciones locales, por lo que se impone un nuevo modelo de relaciones entre los distintos niveles de gobierno. Son años de notable efervescencia municipal. Los nuevos responsables surgidos de las elecciones locales de 1979 se encuentran con ayuntamientos débiles y de funcionamiento anacrónico, incapaces de afrontar los retos que les marca la ciudadanía. Durante toda una década se procederá a un intenso proceso de reestructuración interna, condición imprescindible para afrontar los déficits urbanos heredados que incidían directamente sobre la calidad de vida de los vecinos (educación, pavimentación, espacios verdes...). En un contexto marcado por la resolución de los problemas más inmediatos, el turismo no aparece como tema relevante. Es más, la propia Ley 7/1985, de 2 de abril, reguladora de las Bases de Régimen Local (LBRL), relega el turismo a una de las competencias cuyo contenido exacto tendrá que ser atribuido por el legislador autonómico, perdiendo por lo tanto la posición que ostentaba en los estatutos municipales previos. Y las comunidades autónomas, ya sea a nivel de normativa turística o de régimen local, han sido bastante parcas en la materia. Incluso los debates sobre la figura del municipio turístico fueron poco más allá de las disquisiciones sobre la financiación de ayuntamientos con gran población estacional, fundamentalmente núcleos costeros.

Esta situación cambia en la década de los noventa del pasado siglo. El cambio obedece a una yuxtaposición de factores estrechamente relacionados. De una parte, se produce una transformación muy notable en la acción local. Si en los ochenta los esfuerzos se dedican a la reorganización interna y el equilibrio dotacional, los noventa son la “década de la acción externa” (Vallés y Brugué, 2001). Se adopta el enfoque de la planificación estratégica, que supone atender a dimensiones de la ciudad escasamente tratadas por el planeamiento urbanístico al uso. En relación directa, se incorporan los planteamientos del desarrollo local, con las autoridades municipales como vectores activos para el crecimiento económico y el bienestar de las comunidades locales. De otra parte, se asiste a un cambio muy notable en la política turística estatal, que arranque con el Libro Blanco del Turismo Español (1990) y se materializa en los sucesivos planes generales de turismo. Entre otros aspectos, se plantea la necesidad de dotar de mayor relevancia al patrimonio y las ciudades a efectos de complementar al sol y playa en el portafolio turístico del país. Y desde la administración central se busca “territorializar” la política turística, favorecer una actuación turística a nivel local como la escala más cercana al ámbito en el que se desarrolla la experiencia de los visitantes. Todos estos factores coadyuvan a la incorporación del turismo como tema relevante dentro de la agenda urbana. Durante estos años se conforma una política expresamente

turística a escala local, que incluso desborda las atribuciones contenidas en la LBRL. Es más, buena parte del resto de las políticas locales asumen como propio el discurso turístico a efectos de justificar decisiones y obtener financiación externa. Barcelona es el ejemplo a seguir. Respecto a las ciudades más pequeñas, localidades como Girona y Santiago de Compostela ejercen como pioneras. Desde estas y otras ciudades, el modelo se extiende progresivamente tanto por destinos urbanos incipientes como por aquellos lugares que ya contaban con una trayectoria turística consolidada y que ahora perciben una necesidad de renovación por efecto de la entrada de nuevos competidores en el mercado de los destinos urbanos de dominante patrimonial.

### **3. La eclosión de los planes en destino y de las entidades de gestión turística local.**

Si bien el turismo se incorpora a la agenda local en la primera mitad de los noventa, la materialización de una política turística potente es más tardía. Los resultados de la encuesta municipal realizada por ESADE en 1997 (Valls, 2003; Ros, 2008) reflejan esta situación. Aunque el 40,5% de los municipios situaban el turismo como eje de su desarrollo y otro 38,3% lo consideraban un sector económico de gran relevancia, muy pocos traducían este reconocimiento en acciones concretas de política turística. Esta situación se repetía en la mayoría de las ciudades históricas, con una administración turística anquilosada con falta de personal y financiación. Sobre esta situación inciden los primeros “planes en destino”, que supusieron un notable revulsivo para las entidades encargadas de diseñar y ejecutar la acción turística local.

#### **3.1. Planes turísticos de ámbito local.**

Desde principios de los años noventa el gobierno central pretende “territorializar” la política turística, impulsando el desarrollo de medidas a escala municipal y comarcal. A diferencia de lo que sucedía en el régimen franquista, esta política no puede hacerse de “arriba abajo”, sino que implica la colaboración e incluso el protagonismo directo de los entes locales afectados. Estos planteamientos, defendidos vehementemente por la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP) y su muy activa comisión de turismo, van a regir la actuación de los sucesivos órganos ministeriales. Entre otros instrumentos, esta línea de acción se materializó en el programa de planes en destino, que, con diferentes denominaciones, ha estado presente en los grandes planes nacionales de turismo de los sucesivos gobiernos del PSOE y PP.

En el marco del primer Plan Futuro (1992-95) se crea la figura de los Planes de Excelencia Turística (PET), de aplicación a escala local. La aprobación del Plan Futuro II (1996-1999) dio origen a un nuevo tipo de planes, los de Dinamización Turística (PDT). Si los primeros estaban orientados a destinos maduros que necesitaban actuaciones de renovación, los segundos daban cabida a destinos con un turismo todavía incipiente. En el periodo de vigencia del Futuro I se aprobaron 13 PET, en su práctica totalidad localidades costeras. Y entre 1996 y 1999 un total de 22 PET y 15 PDT, siendo beneficiarias ciudades como Aranjuez (PDT, concedido en 1998), Cuenca (PDT 1998), Ávila (PET 1999) y Segovia (PET 1999). A la vista del elevado grado de aceptación, el Plan Integral de Calidad del Turismo Español (2000-06) incorpora un Programa de Calidad de Destinos Turísticos. En el marco de este programa se aprobaron un total de 131 planes, que afectaron a destinos como Mérida (PET 2000), Salamanca (PET 2000), Córdoba (PET 2001), Guadalajara (PDT 2001), Teruel (PET 2003) o Lugo (PET 2003).

Con independencia de su adscripción a un tipo u otro, la importancia de estos planes radicó en el impulso que supusieron para la gestación de una nueva política turística en el ámbito local. La obtención de estos planes implicaba la elaboración de un documento de planificación, un proyecto estratégico de desarrollo turístico de carácter integral y más o menos enlazado con otros instrumentos locales de planificación (planes de ordenación urbana, agendas 21 y otros). Por primera vez se obliga a las autoridades locales a formular su modelo de desarrollo turístico y establecer las actuaciones para materializarlo, lo que supone superar las prácticas consolidadas en la administración turística hasta el momento, caracterizadas por la improvisación. Cada plan contaba con un presupuesto de dos a cuatro millones de euros, repartidos entre tres o cuatro anualidades. La financiación provenía de los tres niveles de la administración a partes iguales, favoreciendo la consolidación de los presupuestos municipales para turismo. Y era supervisado por una comisión de seguimiento formada por representantes de las tres administraciones, aunque la ejecución operativa recaía en

una gerencia directamente vinculada a la administración local y responsable de formular el modelo de desarrollo turístico óptimo para la ciudad y de llevarlo a cabo.

Este mecanismo de intervención tuvo un éxito notable y marca la línea a seguir tanto por la administración central como por los gobiernos autonómicos. Respecto a la primera, en 2005 crea la figura de los Planes de Dinamización del Producto Turístico (PDPT), que sustituye los planes anteriores ante la falta de criterios estables para diferenciar entre destinos maduros e incipientes. A este tipo corresponden los planes de Ourense (2006), Logroño (2007) y Huesca (2007). Y con la puesta en marcha del Plan de Turismo Español Horizonte 2020 (2007) se lanzan los Planes de Competitividad Turística, como el desarrollado en la Tarraco Romana (2009). Con independencia de la denominación, los rasgos generales permanecen. Si acaso, se incide más en trabajar en la lógica de producto, apuntando uno de los aspectos centrales de la planificación turística más reciente. De otra parte, el mecanismo de intervención diseñado por la administración central es imitado por diferentes gobiernos regionales, que durante estos años impulsan toda una batería de planes de aplicación a escala local con participación financiera de la administración regional. Así, en Andalucía se creó la figura de planes turísticos de grandes ciudades para municipios de más de 100.000 habitantes. De conformación muy similar a los planes participados por el ministerio, tuvo aplicación en ciudades como Granada (aprobado en 2005) y Jaén (en 2007).

### 3.2. Entidades locales de gestión turística.

En paralelo al desarrollo de los planes en destino, las estructuras turísticas de la administración local sufrieron un notable fortalecimiento. La propia consecución de los planes y su gestión cotidiana supusieron un reto tremendo para los entes locales, que se vieron en la necesidad de incrementar sus plantillas y diseñar fórmulas de gestión más flexibles que respondieran con rapidez tanto a los procedimientos administrativos como a las dinámicas de la propia actividad turística. Dentro del organigrama municipal, las áreas de turismo se fortalecieron, ya sea conformando concejalías propias o integrándose en concejalías con competencias más amplias. A fecha de mayo de 2007, contaban con concejalías exclusivas de turismo ciudades como Alcalá de Henares, Ávila, Cáceres, Cuenca y Toledo. Cuando las competencias eran compartidas, las adscripciones basculaban entre el ámbito del desarrollo económico y el del patrimonio y la cultura.

Si bien las concejalías de turismo proliferaron, en muchos casos quedaron vacías de contenido debido a la delegación de sus cometidos a un conjunto amplio de organismos autónomos creados al efecto. Durante estos años crece una administración institucional paralela que se justifica por la necesidad de contar con estructuras de gestión más flexibles, equipos de mayor nivel profesional y fuentes de financiación más diversificadas. Estos organismos respondían a fórmulas jurídicas diversas. Tarragona y Toledo funcionaban con patronatos municipales de turismo, el primero creado en 1983 y el segundo en 1990. En Córdoba se utilizó la figura del consorcio (2000) y en Cuenca de la fundación (2004). Y empresas públicas de turismo se crearon en Salamanca (2003), Segovia (2004) y Santiago de Compostela (1999). En muchas ocasiones estas entidades absorbieron los equipos montados para el desarrollo de los planes en destino, cuyo diseño y ejecución fue generalmente subcontratado a consultoras externas.

En buena medida, la formulación jurídica e institucional de la entidad marcaba el sentido general de su funcionamiento, más administrativista para los organismos integrados en la administración local y más corporativa en las entidades con un carácter más autónomo. No obstante, presupuestos y personal eran limitados en términos absolutos y en relación a otros apartados del gobierno local. El concejal responsable actuaba de referente a nivel político. En buena medida, de su liderazgo y peso en el gobierno municipal dependía el éxito del área. A las órdenes del concejal trabajaba un equipo técnico que coordinaba un plantel más amplio de informadores, siendo muy frecuente el recurso a la subcontratación de servicios. En ocasiones se crearon organismos especializados como los *convention bureau*, dedicados al impulso del turismo de reuniones. En gran parte, su desarrollo más autónomo vino impulsado por la incorporación de un conjunto amplio de actores locales ajenos al gobierno municipal (hoteleros, operadores profesionales de congresos, etc.) interesados en el desarrollo de esta línea de producto.

En la conformación de este entramado organizativo el punto débil fue el desarrollo de modelos reales de colaboración pública-privada. Por el contrario sí que se avanzó en la estructuración de redes de ciudades; asociaciones temáticas de municipios con intereses comunes que hacer valer ante los niveles superiores de la administración del estado. El trabajo en red ha permitido el contacto continuado a nivel político y técnico y un intenso intercambio de experiencias. El Grupo de Ciudades

Patrimonio de la Humanidad de España (GCPHE) ejemplifica bien la naturaleza y actuación de este tipo de asociaciones. Constituido en 1993, tiene entre sus fines “planificar una política turística y de difusión de imagen, que se corresponda con los intereses” de estas ciudades. Internamente, contaba con una comisión de turismo que operaba mediante planes operativos de carácter anual. Además del GCPHE, durante estos años se lanzan un buen número de redes de temática y éxito diverso, aunque son denominadores comunes el interés por alcanzar mayores niveles de desarrollo turístico y, de forma específica, obtener recursos de las distintas administraciones. Otros ejemplos de redes surgidas en estos años son la Red de Juderías de España – Caminos de Sefarad (que nace en 1995) la Red de Ciudades AVE, la Red de Ciudades Catedralicias, la Red de Ciudades del Cine y el Foro Ibérico de Ciudades Amuralladas.

#### **4. El contenido de la política turística: líneas de trabajo y acciones concretas.**

Si durante buena parte del siglo XX la acción municipal se limita al suministro de información en destino, en la actualidad la gama de actuaciones es mucho más amplia, con unos límites muy flexibles en lo que se considera objeto de actuación en materia de política turística. De hecho, contar con unas estructuras de gestión más potentes y complejas ha posibilitado un notable incremento de la capacidad de actuación de la administración turística local. Sin ánimo de exhaustividad, los epígrafes siguientes tratan sobre cuatro grandes líneas de trabajo que se despliegan en un conjunto amplio de acciones. Además cabe considerar actuaciones relacionadas con la calidad turística (SICTED), inteligencia (observatorios), bonos de ciudad y un conjunto amplísimo de iniciativas que dan contenido a la política turística local.

##### **4.1. Intervenciones en clave patrimonial.**

El atractivo turístico de las ciudades históricas se basa en la potencia de su patrimonio cultural. Por ello, durante los últimos veinte años se han acometido múltiples operaciones de lo que se ha venido en llamar puesta en valor. En algunas ocasiones estas operaciones han implicado trabajar de forma directa sobre la manifestación patrimonial, ya sea una zona arqueológica, un edificio o una tradición. No obstante, ha sido mucho más frecuente incidir a nivel del discurso turístico-patrimonial. Se asumió que las formas dominantes de presentación del patrimonio estaban obsoletas y no se adaptaban a los requerimientos de los visitantes. Adicionalmente, el hecho de que muchos de estos visitantes repitieran visita hacía necesario acometer mayores esfuerzos en buscar presentaciones alternativas de los principales ejes y recursos culturales.

Con fondos provenientes de turismo se ha intervenido sobre algunos elementos del patrimonio arquitectónico, caso de la muralla de Ávila. En estos casos se ha reforzado la dimensión turística de estos elementos a partir de un conjunto de actuaciones que incluían la recuperación física de determinados espacios, el diseño y la implantación de un proyecto expositivo específico y la organización de los servicios de atención al visitante (taquilla, información, guías, seguridad...). Las intervenciones también se han realizado sobre el espacio público. Se incide en la mejora de calidad urbana como factor de competitividad turística, por lo que se acometen operaciones de peatonalización, iluminación, eliminación del cableado aéreo, cambios de pavimento, etc. Y de igual forma que en las ciudades costeras se ha recuperado la franja marítima, en las ciudades históricas del interior se interviene sobre las franjas periféricas de los cascos antiguos que emergen como espacios de oportunidad que ofrecen lecturas ampliadas de la ciudad (por ejemplo, las hoces de los ríos Júcar y Huécar en Cuenca).

Además de las actuaciones sobre el patrimonio inmueble, también se ha trabajado para una mejor proyección turística de los eventos culturales. Desde las entidades locales de turismo, la actuación sobre estos eventos es doble: de una parte, se incide sobre la comunicación promocional de manifestaciones organizadas desde ámbitos ajenos al turismo, a efectos de potenciar su repercusión turística; de otra, se ha procedido a la organización directa de este tipo de eventos, como medio de ampliar y diversificar la oferta turístico-cultural local. Y en otras ocasiones están siendo las propias organizaciones locales del turismo quienes se están encargando del diseño y desarrollo de diferentes eventos que aúnan componentes lúdicos y culturales. Es el caso de las recreaciones históricas, manifestaciones multiformes cuyo núcleo central suele corresponder a mercados y ferias de productos artesanos. El referente histórico es generalmente bastante genérico, lo que ha permitido la reproducción de este tipo de eventos en localidades muy diferentes.

#### 4.2. Información y acogida al visitante.

Desde su nacimiento, las entidades locales de turismo se han ocupado de suministrar información al visitante una vez en la ciudad. Esta labor es especialmente importante en las ciudades históricas, ya que muchos turistas y excursionistas diseñan su visita a partir de las recomendaciones que reciben en las oficinas de turismo. Por lo tanto, en un primer momento se acometió la mejora de estos equipamientos para después acometer la ampliación de los dispositivos de información y acogida, conformando un conjunto de instalaciones muchas veces poco integradas entre sí cuyo mantenimiento ha sido asumido por la administración turística local.

Frente a las tradicionales oficinas de turismo, los nuevos centros de recepción implican un cambio bastante notable de concepto y dimensiones, ya que se trata de un equipamiento orientado preferentemente a los visitantes en viaje colectivo. El elemento central corresponde a una gran dársena de autobuses donde se deposita y recoge a los visitantes en grupos organizados. Además, cuentan con toda una serie de instalaciones complementarias orientadas a dar servicio a este tipo de visitantes: áreas de descanso, aseos, cafeterías, puntos de venta y áreas de información turística. La localización de los equipamientos es clave a efectos de una adecuada gestión de los flujos de visitantes dentro del destino. La Dársena Xoan XXIII de Santiago de Compostela ha servido de referencia para las instalaciones construidas en otras ciudades. El éxito de esas instalaciones ha sido dispar, con ejemplos que funcionan bien (Ávila), otros de forma regular (Cuenca) e incluso alguno que representan un rotundo fracaso (el centro Toletum de Toledo).

También se ha prestado especial atención a la mejora de la señalización turística. La práctica totalidad de las ciudades históricas han desarrollado programas de señalización que tratan de adaptarse, con más o menos éxitos, a la estética del entorno patrimonial. Estos programas incluían el diseño e implantación de señales de tipo identificativo, orientativo e incluso interpretativo. De otra parte, la señalización ha sido utilizada como uno de los principales instrumentos para la implementación de las rutas turísticas. Estos itinerarios corresponden a la plasmación física de una visita peatonal que une los principales puntos de interés del lugar, también apoyada en distintas publicaciones.

En paralelo, se ha abierto un número elevado de centros de interpretación. Generalmente se recurrió a recuperar edificios de valor histórico-artístico como contenedores de estos centros, sin embargo a nivel turístico destaca el contenido y su presentación sobre el valor intrínseco del contenedor edificado. Se crearon centros de interpretación en ciudades como Ávila (dedicado en la mística), en Córdoba (a orillas del Guadalquivir), en Lugo y en Pamplona (centrados en las murallas) o en Alcalá de Henares (dedicado a presentar la vida de la ciudad desde sus orígenes al Renacimiento).

En última instancia, durante estos años se expandieron los nuevos formatos de las visitas guiadas. Las entidades locales empiezan a amparar visitas en grupo orientadas a los visitantes en viaje independiente. Es más, algunas iniciativas han incorporado el lenguaje propio de las artes escénicas, especialmente el teatro, en clave participativa. Surgieron así las visitas teatralizadas como forma de presentación de espacios patrimoniales de distinto tipo. Entre otras, se implementaron programas de visitas en ciudades como Ávila, San Cristóbal de la Laguna, Segovia y Alcalá de Henares.

#### 4.3. Promoción y otras actuaciones de marketing.

La proyección exterior de la ciudad ha sido una preocupación básica de la administración turística local. Sin embargo estas administraciones cuentan con recursos limitados que no permiten abordar campañas de publicidad en los grandes medios de comunicación de masas, ni acciones de posicionamiento de marca o apoyo a la comercialización en el exterior. Por tanto, sólo son abordables actuaciones de alcance limitado que se vienen enmarcando en los planes estratégicos generales y/o en los protocolos anuales de actuaciones de concejalías y otras entidades de gestión. De hecho, las tareas de comunicación realizadas han estado muy focalizadas en el trabajo en destino, con extensión limitada a la proyección exterior. El abanico de actuaciones ha sido amplio y abarca aspectos como la elaboración de manuales de identidad corporativa que desarrollan la imagen de marca turística del destino; edición de material promocional para campañas publicitarias (folletos, carteles); diseño de productos de merchandising ajustados a la línea estética propuesta como imagen de marca; envío de material promocional y búsqueda de colaboraciones con diferentes agentes locales para su difusión; o el refuerzo de las relaciones con los medios de comunicación locales y regionales. Todas estas actuaciones se complementan con algunas medidas relacionadas con el apoyo a la comercialización (asistencia a ferias, organización de family trips y mercados de contratación, etc.) y, sobre todo, con



la elaboración de las webs turísticas locales, principal instrumento de información-promoción cara a los mercados emisores.

Debido a su elevado costo, las actuaciones de mayor calado se vienen realizando en el marco del trabajo en red. Como ejemplo, en el marco del convenio entre el GCPHE y Turespaña se realizaban de forma conjunta y coordinada acciones de marketing en torno a la marca Ciudades Patrimonio con un presupuesto anual cercano al millón de euros. Las acciones específicas recogidas en el Plan Operativo de Turismo 2011 del GCPHE incluían campaña de publicidad y medios; asistencia a ferias internacionales de turismo (ITB, Jata); jornadas de comercialización (jornadas de promoción directa en India, Corea, China, Grecia... y jornadas de promoción inversa en Brasil); actuaciones comerciales puerta a puerta en mercados emisores maduros (Alemania, Francia y otros); viajes de familiarización y de prensa; actuaciones cooperativas con operadores y partners; y acciones de “marketing directo” a través de la red de Oficinas de Turismo de España en el Extranjero.

#### **4.4. Desarrollo de productos complementarios.**

Desde hace tiempo, existe bastante convencimiento de las limitaciones que tiene la visita turística patrimonial de formato más clásico. Estas limitaciones justifican una opción generalizada por acometer estrategias de diversificación, valorizando recursos que posibilitan el desarrollo de actividades que tienen ya una importante dimensión turística en destinos de rango metropolitano, caso del turismo de congresos y reuniones. La práctica totalidad de las ciudades históricas españolas forman parte del SCB, cuentan con palacios de congresos de titularidad municipal y se presentan como lugares idóneos para celebrar eventos de estas características. Sin embargo los resultados no son los esperados y muchas instalaciones planteadas en el ciclo expansivo presentan unos niveles de actividad muy reducidos. Pero los ejemplos de diversificación se extienden también a segmentos como el turismo de compras, hasta hace poco tiempo limitado a las grandes ciudades. Comprar se ha convertido en una práctica turística recurrente que se extiende desde el sector del comercio turístico tradicional de artesanía y recuerdos hacia otros artículos vinculados con el sector de la moda e incluso a los mercados de abastos. Por último encontramos también turismos para colectivos específicos: turismo accesible (con un programa muy desarrollado en Ávila), turismo familiar (con referencias en Alcalá de Henares, Mérida y Pamplona) o el turismo gay (Vitoria-Gasteiz destino “gayfriendly”).

Sin embargo, más allá de acciones de comunicación “offline” y “online”, en la mayor parte de las ocasiones las iniciativas desarrolladas son de reducido alcance. La excepción corresponde a los turismos idiomático y gastronómico, con mayores avances en la conformación de clubs de producto. El primero presenta cierta trayectoria y mucho desarrollo en ciudades como Salamanca y Alcalá de Henares. Su importancia como segmento turístico en expansión, especialmente para ciudades con larga trayectoria universitaria, quedó patente en el diagnóstico del Plan de Impulso al Turismo Cultural e Idiomático (2002). Desde entonces muchos destinos apuestan por su desarrollo. Y el turismo gastronómico, de efervescencia más reciente, se está configurando como uno de los principales referentes del turismo contemporáneo. Existen iniciativas de articulación del producto que funcionan a nivel nacional y repercuten en el ámbito local, caso de Saborea España y la Capital Española de la Gastronomía. En el nivel local, se convocan concursos de tapas, menús y establecimientos; se celebran días y semanas dedicadas a los productos de la tierra; se realizan seminarios, cursos y talleres dirigidos tanto a los hosteleros locales como a los aficionados a la cocina; se elaboran gastronomías y se diseñan rutas; y se celebran los reconocimientos a los cocineros y restaurantes como premios al conjunto de la ciudad.

### **5. Cambios recientes y reflexiones finales**

En los epígrafes anteriores se ha realizado una crónica del nacimiento y desarrollo de una política turística urbana de perfiles específicos. En buena medida, su consolidación coincidió con un proceso expansivo de la demanda de visita a estas ciudades, muy dependientes de los flujos de turismo interno. El crecimiento de los turismos de interior y en especial del turismo urbano-cultural creó unas altas expectativas respecto de las bondades del turismo como vector clave de desarrollo económico, situando la política turística en un lugar relevante dentro de la política urbana. A partir de 2007 el contexto es diferente. De acuerdo con los datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera del INE, entre ese año y 2009 el núcleo de las ciudades Patrimonio Mundial pierden cerca de 350.000 de los viajeros alojados

en hoteles. En años posteriores la afluencia crece, aunque a costa de un fuerte ajuste en los precios e ingresos hoteleros.

Si bien el turismo ha tenido un comportamiento mucho más positivo que otros sectores de actividad, las políticas de austeridad adoptadas a partir de 2010 han supuesto un fuerte impacto sobre el conjunto de políticas locales de turismo. En un nivel general, ha primado un contexto discursivo de cuestionamiento global de lo público, arropado por los posicionamientos neoliberales. La reducción de ingresos fiscales y la crisis de la deuda pública han servido para justificar un recorte del gasto público, con notable impacto sobre la política turística. A nivel de la administración central, en junio de 2015 se aprueba el nuevo Plan Nacional e Integral de Turismo 2012-2015 (PNIT). Aunque cuenta con un eje específico sobre oferta y destinos, los planes de ámbito local quedan bastante desdibujados. De otra parte, mediante la Ley 27/2013, de 27 de diciembre, de Racionalización y Sostenibilidad de la Administración Local, que supone la mayor reforma que ha sufrido la LBRL de 1985, se busca acotar el marco de la intervención en turismo por parte de los gobiernos municipales, a partir de principios de control presupuestario.

A pesar de las dificultades, todavía perviven buena parte de las entidades locales de gestión turística creadas en el tránsito de siglo, aunque en proceso de reestructuración. En las ciudades del GCPHE se mantienen en activo la mayoría de las entidades. En otras ciudades, perviven organismos como Turismo de Lleida y la Sociedad Mixta de Turismo de Valladolid, pero han desaparecido otros como Turismo de Zamora. Denominador común ha sido el recorte presupuestario, que se ha acentuado con el paso de los años. Turismo de Santiago manejaba en 2007 un presupuesto anual de 3,6 millones de euros y en 2013 ese presupuesto se había reducido hasta 1,24 millones. En ese mismo periodo el Consorcio de Turismo de Córdoba pasó de los 2,25 millones a 1,09 millones.

En buena medida, sobre estas entidades descansan las tareas de planificación turística, también sometida a una profunda reformulación. Los planes de nueva generación pierden el carácter integral de los primeros planes en destino y acotan su contenido al ámbito de actuación de los entes locales de turismo. Se trata fundamentalmente de programas operativos de corto plazo en los que las intervenciones de base física relacionadas con la mejora y adecuación global del destino han dejado paso a actuaciones de menor calado con profusión de términos de marketing (posicionamiento, creación de producto, imagen de marca, etc.) y exceso de retórica.

En cuanto a las actuaciones, se aprecia un panorama contradictorio. De una parte, se reproducen iniciativas –muchas veces miméticamente– que en su día tuvieron carácter novedoso. Por ejemplo, los observatorios turísticos, con formatos similares en distintas ciudades. De otra parte, se reduce la financiación para acometer iniciativas de política turística, acotando mucho ésta a las capacidades operativas de las entidades locales de gestión turística (promoción, acogida turística...) y, en muchos casos, reduciendo extraordinariamente su alcance por falta de fondos. En buena medida, los equipamientos montados a lo largo del ciclo expansivo se perciben ahora como una carga. De las entidades turísticas locales dependen oficinas de información, centros de recepción de visitantes e incluso tienen responsabilidades en la gestión de referentes patrimoniales y centros de interpretación. La situación de crisis, con reducción de los fondos disponibles, implica problemas para su mantenimiento en términos de instalaciones y personal, lo que ha derivado en muchos casos a una apertura limitada a los periodos de afluencia más elevada. También es cada vez más frecuente la subcontratación de su gestión íntegra a distintas empresas de servicios, muchas veces surgidas del receptor local. Además de la gestión de estos espacios, la administración turística local está impulsando una serie de servicios adicionales que comercializan como productos más o menos propios. El paso siguiente, que muy pocas ciudades han dado, es la comercialización de paquetes turísticos centrados en el destino.

Como línea de trabajo emergente destaca todo lo relacionado con los destinos inteligentes. De nuevo, existe un alineamiento entre la actuación a nivel local con los planteamientos de la administración central, a nivel del PNI y Segitour. Primeramente, se potencian las webs turísticas municipales, conformando el embrión de la “oficina turística del futuro”. Además de suministrar información y facilitar la adquisición de productos locales, las webs oficiales apoyan la comunicación de la marca turística local, por lo que se atiende especialmente al diseño. Sin embargo, la disponibilidad de contenidos en idiomas diferentes a los tradicionales es limitada. La web social también es ampliamente utilizada, buscando una mayor interacción con el público, una comunicación mucho más dinámica de los eventos y también cierto conocimiento sobre el público visitante. La práctica totalidad de las ciudades tienen cuenta en Facebook y Twitter y, en menor medida disponen de canales específicos en plataformas como Youtube e Instagram. Los blogs oficiales son mucho menos

utilizados, aunque existen experiencias relevantes que combinan aportaciones institucionales con contenidos de miembros activos de la comunidad local. Por último, algunas de las webs oficiales enlazan con la página del destino de los sitios basados en las opiniones / recomendaciones de los viajeros, caso de Tripadvisor y Minube.

Dentro de las herramientas de comunicación, las que tienen un menor desarrollo son las aplicaciones para dispositivos móviles. Algunas ciudades cuentan con aplicaciones oficiales, en general de carácter gratuito, con información en los idiomas más comunes y disponible tanto en Android como en iOS. A partir de la geolocalización, se suministra información mucho más específica al visitante, tanto de los recursos como de los establecimientos turísticos, facilitando la movilidad de turistas y excursionistas y favoreciendo la comercialización de los productos locales. Además de las aplicaciones de carácter general, existen otras de temáticas mucho más específicas y diferente grado de institucionalidad. De otra parte, apenas se ha empezado a utilizar la información de tipo *big data* para un mejor conocimiento del visitante en su ciclo de viaje (transacciones mediante tarjeta de crédito, movimiento turístico de los visitantes con dispositivos móviles...) y de la visibilidad del destino en el universo virtual. Las entidades locales carecen de capacidad operativa para manejar esta ingente cantidad de datos y, en una fase posterior, para transformar estos datos en un conocimiento aplicable en la gestión turística urbana. Tampoco se está trabajando en la extensión de una red wifi gratuita en las zonas más turísticas de la ciudad, red que facilitara el acceso a los servicios on line de ámbito municipal a los visitantes de otros países. En suma, todavía existe una brecha bastante notable entre un discurso muy altisonante sobre los destinos inteligentes y los resultados obtenidos, bastante pobres en lo que concierne a las ciudades históricas.

Como ha quedado reflejado a lo largo del texto, las políticas locales de turismo han tenido un largo proceso de gestación, que prácticamente dura cien años. Su consolidación es reciente, puesto que no es hasta mediados de los años noventa cuando las ciudades históricas españolas empiezan a dotarse de entidades locales de gestión turística potentes, con planes y programas específicos y un campo de acción de notable amplitud pero de límites flexibles. Nadie duda del carácter multinivel de la política turística, una política elaborada y ejecutada por diversos actores institucionales con el gobierno local como parte activa. La territorialidad del fenómeno turístico favorece este protagonismo, en tanto que buena parte de las condiciones que determinan la experiencia turística se despliegan en el ámbito local. De igual forma, es comúnmente asumido que la política turística incide sobre la competitividad de las ciudades como destinos turísticos. Este conjunto de planteamientos son asumidos a nivel global, aunque las formas que adopta la política turística local se ajustan a las idiosincrasias del gobierno y administración de cada país. El peso del ámbito público, incluso de la administración central, sigue siendo muy fuerte y las llamadas a la participación del sector privado, de realizarse, no son atendidas.

En el momento actual nos encontramos en una situación paradójica. De una parte, existe un reconocimiento general de la relevancia del turismo para la ciudad y del papel que deben tener los gobiernos locales. Sobre el tema se elaboran estudios comparativos, se publican manifiestos y se organizan grandes convenciones internacionales. Además de la Organización Mundial del Turismo, intervienen organismos como el Centro del Patrimonio Mundial de la UNESCO, ONU-Hábitat y la OCPM. De otra, a nivel español desde 2010 se asiste a una notable contracción de la política turística local. Múltiples organismos autónomos han desaparecido y los que sobreviven cuentan con dotaciones presupuestarias más exiguas. La capacidad de actuación de las entidades turísticas locales ha mermado notablemente, intentando concentrar la actividad en una serie de campos limitados: información, promoción y apoyo a la comercialización, destinos inteligentes, gestión de algunos activos relevantes y poco más. Los documentos de planificación reflejan esta contracción, quedando limitados a meros programas operativos que recogen catálogos de acciones muy reiterativas. Pero la contracción, que se justifica en términos de reducción de costes e incremento de la eficiencia, puede abocar a la irrelevancia. Las ciudades históricas españolas se enfrentan a una creciente competencia internacional y no existen alternativas claras al turismo. Además es momento de afrontar los problemas inherentes a la sobrecarga turística que afecta a zonas concretas de algunos cascos históricos. No cabe duda de que la ciudadanía y el conjunto del sector turístico volverán su mirada a los gobiernos locales para la búsqueda de soluciones ante estos retos. La acción pública local en materia de turismo seguirá siendo importante, sin embargo su articulación podría dejar de lado a las entidades de gestión turística local conformadas a lo largo de las dos últimas décadas. Si es así, entraríamos en una nueva etapa que deberá ser objeto de análisis y evaluación en los próximos años.

## Bibliografía

- Almeida García, F.  
2007. "Análisis de la estructura turística de las ciudades Patrimonio de la Humanidad de España". *Baética*, 29: 57-72.
- Andrés Sarasa, J.L.  
2015. "Mito y estrategias para un destino romántico: la ciudad de Teruel". *Cuadernos de Turismo*, 36: 39-54.
- Calle Vaquero, M. de la  
2004. "Ciudad histórica y turismo: nuevas estrategias para un destino turístico antiguo". En D. Blanquer (coord.) *Turismo cultural y urbano*. Ed. Tirant Lo Blanch. Castellón. Pp. 83-102.
2008. "El turismo en las políticas urbanas. Aproximación a la situación de las ciudades españolas". En J. Ivars y F. Vera (coord.). *Espacios Turísticos. Mercantilización, Paisaje e Identidad*. Universidad de Alicante. Pp. 507-529.
- Campeño Fernández, A.J. (dir.)  
1999. *Comercio, turismo y cambios funcionales en las Ciudades Españolas Patrimonio de la Humanidad*. Cámara Oficial de Comercio e Industria de Cáceres. Cáceres.
- Cordente Rodríguez, M.; Esteban Talaya, A.; Mondéjar Jiménez, J.A. y Andrés Martínez, M.E.  
2011. "Medición de motivaciones de turismo cultural en Ciudades Patrimonio de la Humanidad". *Revista de Análisis Turístico*, 11: 80-85.
- Donaire Benito, J.A. y Galí Espelt, N.  
2008. "Modeling tourist itineraries in heritage cities. Routes around the Old District of Girona". *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 6 (3): 435-449.
- Escudero Gómez, L.A.  
2013. "La imagen urbana de Santiago de Compostela (España), un estudio de su representación pública, mediática, promocional y artística". *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 62: 265-294.
- Galí Espelt, N.  
2005. "La humanización de las imágenes emitidas por la publicidad de los destinos turísticos monumentales: el caso de Girona". *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 3 (2): 273-281.
- Galí Espelt, N. y Donaire Benito, J.A.  
2006. "La imagen percibida por los turistas de la ciudad de Girona". *Estudios Turísticos*, 168: 123-139.
- García Álvarez, J.  
2007. "Paisajes nacionales, turismo y políticas de memoria: Toledo (1900-1950)". *Ería*, 73-74: 193-212.
- García Hernández, M.  
2004. "Ávila: planificación y gestión turística local en una Ciudad Patrimonio de la Humanidad". En J. Font (coord.), *Casos de Turismo Cultural. De la planificación estratégica a la gestión del producto*. Barcelona, Ariel. Pp. 413-441.
2007. "Entidades de planificación y gestión turística a escala local. El caso de las Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España". *Cuadernos de Turismo*, 20: 79-102.
- Herrero Prieto, L.C.; Sanz Lara, J.A.; Bedate Centeno, A.; Devesa Martínez, M. y Barrio Tellado, M.J. del (2004). *Turismo cultural e impacto económico de Salamanca 2002. Ciudad Europea de la Cultura*. Madrid. Thomson-Civitas.
- López, L. y Pazos Otón, M.  
2009. "La imagen de Santiago de Compostela en el mercado turístico italiano". *Cuadernos de Turismo*, 24: 65-89.
- López-Guzmán, T. y Sánchez Cañizares, S.M.  
2012. "La gastronomía como motivación para viajar: Un estudio sobre el turismo culinario en Córdoba". *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 10 (5): 575-584.
- Manero Miguel, F.  
2011a. "Patrimonio cultural y transformación urbana: ordenación espacial y proyección turística de los yacimientos arqueopaleontológicos de Atapuerca (Burgos)". *Cuadernos de Turismo*, 27: 617-640.
- Marrero Rodríguez, J.R. y Abdul-Jalbar, B.  
2012. "Turismo cultural y planificación del viaje: un estudio de caso". *Tourism & Management Studies*, 8: 41-47.
- Martínez Roget, F.; Novello, S. y Murias Fernández, P.  
2013. "The effect of destination image on authenticity and loyalty. The case of Santiago de Compostela". *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, 4 (3): 95-118.

- Martos Molina, M.  
2012. "Las ciudades patrimoniales en el mercado turístico cultural. Úbeda y Baeza". *Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas*, 6: 32-82.
- Melgosa Arcos, F. J.  
2011. "Administraciones locales y turismo: el municipio turístico", en S. Ballesteros & J. Castelao & F. Castro & E. Corral, *Administración local. Estudios en homenaje a Ángel Ballesteros Fernández*. Ed. El Consultor de los Ayuntamientos y Juzgados, pp. 1167-1207.
- Merinero Rodríguez, R. y Zamora Acosta, E.  
2009. "La colaboración entre actores en ciudades patrimoniales. Reflexiones para el análisis del desarrollo turístico". *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 7 (2): 219-238.
- Mondéjar Jiménez, J.A.; Mondéjar Jiménez, J.; Sevilla Sevilla, C. y Cordente Rodríguez, M.  
2009. "La Fundación Turismo de Cuencia: un nuevo modelo de gestión pública y privada". *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 7 (2): 281-296.
- Molina Collado, A. y Martín-Consuegra, D. & Esteban Talaya, A. & Díaz Sánchez, E.  
2007. "Segmentación de la demanda turística: un análisis aplicado a un destino de turismo cultural". *Revista de Análisis Turístico*, 4: 36-48.
- Moreno Garrido, A.  
2005. "Turismo de élite y administración turística de la época (1911-1936)". *Estudios Turísticos*, 163-164: 31-54.
- Muñoz-Mazón, A. y Velasco González, M.  
2015. "Colaboración y gobernanza para el desarrollo turístico. Aranjuez como estudio de caso. *Cuadernos de Turismo*, 35: 311-334.
- Ortega Martínez, E. y Such Devesa, M.J.  
2013 "Comunicación y conocimiento del Patrimonio Mundial de la Comunidad de Madrid". *Cuadernos de Turismo*, 31: 263-288.
- Pardo Abad, C.J.  
2011. "El turismo idiomático en España como potenciador cultural en ciudades patrimoniales: el caso de Salamanca y Alcalá de Henares". *Cuadernos de Turismo*, 27: 701-723.
- Pastor Coello, M.  
2014. "Del deterioro del patrimonio a su puesta en valor e inclusión en la planificación turística: el caso de Valladolid". *Cuadernos de Turismo*, 34: 213-232.
- Renfigo Gallego, J.I.; Campesino Fernández, A.J. y Sánchez Martín, J.M.  
2015. "El turismo en la ciudad de Cáceres (1986-2010): un cuarto de siglo emblemático". *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 67: 375-401.
- ROS Development & Planning S.L.  
2008. *Modelos de gestión turística local. Principios y prácticas*. FEMP y Secretaría General de Turismo. Barcelona.
- Santos Solla, X. y Pena Cabrera, L.  
2014. "Management of tourist flows. The Cathedral of Santiago de Compostela". *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 12 (4): 719-735.
- Troitiño Vinuesa, M. A.  
1995. "El turismo en las ciudades históricas". *Polígonos*, 5: 49-65.  
1998. "Turismo y desarrollo sostenible en las ciudades históricas con patrimonio arquitectónico monumental". *Estudios Turísticos*, 137: 5-53.
- Troitiño Vinuesa, M.A.; Brandis García, D.; Río Lafuente, I. del; Calle Vaquero, M de la; Gutiérrez Puebla, J.; Lobo, P. y Martín, F.  
1998. "Toledo: problemática e implicaciones urbanas del turismo". *Ería*, 47: 299-325.
- Troitiño Vinuesa, M.A. y Troitiño Torralba, L.  
2009. "Turismo y patrimonio en Castilla y León: las Ciudades Patrimonio de la Humanidad (Ávila, Salamanca y Segovia) como destinos turísticos de referencia". *Polígonos*, 19: 145-178.
- Troitiño Torralba, L.  
2014. "Estrategias de reinención turística en el grupo de ciudades Patrimonio de la Humanidad de España". En F. López & G. Cànoves (eds). *Turismo y territorio. Innovación, renovación y desafíos*. Ed. Tirant Humanidades. Valencia. Pp. 295-308.
- Vallès i Casadevall, J.M. y Brugué Torruella, Q.  
2001. "El gobierno local". En M. Alcántara y A. Martínez (eds.), *Política y gobierno en España*. Ed. Tirant lo Blanch. Valencia. Pp. 267-302.

Valls Giménez, J.F.

2003. "Las administraciones locales y el turismo sostenible". *A distancia*, 21 (1): 73-77.

Velasco González, M.

2004. *La política turística. Gobierno y administración turística en España (1952-2004)*. Ed. Tirant lo Blanch. Valencia.

Violier, P. y Zárata Martín, A.

2007. "Turismo urbano y políticas para su gestión en Francia y España", *Estudios Geográficos*, LXVIII, 262: 321-347.

Zárata Martín, M.A.

1995. "Imagen y potencial turístico de un Centro Histórico singular, Toledo". En M. Valenzuela Rubio (coord.), *Los turismos de interior*. Ed. Universidad Autónoma de Madrid. Pp. 289-304.

2007. "Estrategias y prácticas turísticas en una Ciudad Patrimonio de la Humanidad, Toledo". *Geographicalia*, 51: 81-106.

2012. "Paisaje, forma y turismo en ciudades históricas". *Estudios Geográficos*, LXXIII, 273: 657-694.

## Notas

- <sup>1</sup> Dentro del proyecto: "Los conjuntos patrimoniales como activos turísticos de la Comunidad de Madrid". PTR-TUR-CM S 2015 /HUM 3317.

*Recibido:* 05/01/2016  
*Reenviado:* 19/03/2016  
*Aceptado:* 29/05/2016  
*Sometido a evaluación por pares anónimos*